



Contribution ID: 7

Type: not specified

Darba devēja tēls un darba devēja zīmols mazumtirdzniecības ķēžu un apstrādes rūpniecības uzņēmumu kontekstā

Uzņēmumu starpā, pieaugot konkurencei par darbaspēku, aizvien aktuālāki kļūst jautājumi par to, kā darba ņēmēji uztver uzņēmumu kā darba devēju un kā ar darba devēja zīmola veidošanas palīdzību situāciju var uzlabot.

Pētījuma mērķis ir izpētīt un analizēt esošās pieejas mazumtirdzniecības ķēžu un apstrādes uzņēmumu vidū darbaspēka trūkuma kontekstā. Lai realizētu pētījuma mērķi, tika veiktas deviņas daļēji strukturētās intervijas ar cilvēkresursu vadības pārstāvjiem un viena ar valdes locekli.

Pētījuma rezultāti atklāj, ka šobrīd attiecīgajās nozarēs pastāv visai atšķirīgi redzējumi un pieejas problēmas risināšanā, kas zināmā mērā skar visus pētījumā iekļautos uzņēmumus. Daļa uzņēmumu redz risinājumu tehnoloģiju attīstībā, citi pēdējos gados ievērojamus resursus iegulda darba devēja zīmola attīstīšanā, taču daļa uzņēmumu ir nogaidošā pozīcijā un neko savā pieejā būtiski nav mainījuši pēdējos gados un drīzumā arī neplāno, neuzskatot to par tik nozīmīgu problēmu, lai ieguldītu būtiskus resursus izmaiņu veikšanā. Jāpiemin, ka mazumtirdzniecības ķēžu vidū darbs pie darba devēja zīmola attīstības ir ievērojami aktīvāks kāds tas ir apstrādes rūpniecības uzņēmumu vidū, kas saistīts ar akūtāku darbinieku trūkumu tieši mazumtirdzniecības ķēžu nozarē.

Pētījums veicina izpratni par nozarēs notiekošajiem procesiem darbaspēka trūkuma apstākļos gan no praktiskās, gan akadēmiskās perspektīvas.

Primary author: VECUMA-VECO, Annija

Presenter: VECUMA-VECO, Annija